

montar uma pequena loja. Por isso já dissemos que muitas empresas jovens da *web* foram pegadas de surpresa e fecharam por não estar bem assessoradas nesse sentido. No caso de empresas com existência tradicional (ou melhor, de origem analógica), o problema não é tão grande, pois normalmente elas já contam com sua rede de fornecedores e logística de atendimento e entrega montadas.

É claro que na categoria de empresas de serviços, que em geral não dependem tanto de fornecedores, a virtualidade pode realmente significar custos menores do que na modalidade de empresa tradicional. A adequada colocação jurídica do contrato social e o adequado registro são dois fatores muito importantes para uma empresa virtual poder estar corretamente constituída.

É importante destacar que várias delas, mesmo as que trabalharão exclusivamente com *e-commerce*, muitas vezes necessitam de excelente assessoria jurídica de negócios para atender à necessidade de criação de um novo conceito comercial, que possa enquadrar-se melhor em seu modelo de negócios, a criação de um novo formato jurídico e de cláusulas contratuais específicas que atendam às suas particularidades⁶. Por isso, a maioria dos casos em matéria societária e comercial em Direito Digital deve ser examinada individualmente, ou seja, a estratégia jurídica é determinada caso a caso, de acordo com as peculiaridades de cada negócio que se quer montar. A escolha errada do modelo legal, como vimos, pode ser fatal.

Uma consideração importante que devemos fazer quanto aos negócios digitais é que empresas que não dão nota fiscal, principalmente no caso de prestação de serviços, como tem ocorrido no ensino a distância, na venda através de mídias sociais (*social-commerce*), ou no fornecimento de serviços de “nuvem” (*cloud computing*), contribuem para criar uma imagem de marginalidade da *web*.

Os negócios digitais não devem ser tratados como se estivessemos em um mundo marginal, de camelôs virtuais. Esse tipo de atitude não traz benefícios para a expansão da rede como instrumento de negócios. A inadequada constituição jurídica, a falta de registros específicos, a volatilidade do negócio onde não há muita distinção entre uma empresa virtual e uma empresa fantasma geram insegurança que por sua vez faz com que o grande potencial comercial da rede não consiga ser totalmente explorado. A exigência de padrões comerciais

6. Para exemplificar, valemo-nos da experiência societária do advogado Luiz Fernando Halembeck, que diz, no texto *Arranjos societários usuais em negócios de Internet*: “Em dez entre dez acordos societários em empresas de Internet os sócios acordam determinadas regras regulando a alienação de ações entre si ou a terceiros. As cláusulas mais frequentes envolvendo negócios de Internet são as cláusulas de direito de preferência, de aderir à venda de terceiros (*tag along*, *piggyback* ou *co-sale*) e de incluir na venda a terceiros as ações do outro sócio (*drag along*)”.